



现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材
中国高等职业技术教育研究会科研项目优秀成果

平面设计专业

包装

教学与设计

主 编 卜一平

副主编 蔡世新 魏琼靓 刘浩然 刘丽琼



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn





现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材



包装



教学与设计

主 编 卜一平

副主编 蔡世新 魏琼靓 刘浩然 刘丽琼



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

内容提要

本书从研究包装设计的本质出发,首先从总体上阐明了包装设计的发展历史和包装设计的设计流程。在此基础上,概括介绍包装设计的各个基本要素,主要内容包括包装设计材料、包装设计结构要素、包装设计视觉要素、包装印刷等。

本书非常重视包装设计的商业性、科学性、艺术性特点,对于各种包装设计的技巧进行了适度挖掘。同时,将基本概念进行清晰解读,将理论与实际紧密结合,通过大量的参考实例,生动形象地进行教学引导,在介绍知识的同时结合大量的优秀作品和设计实例,以讲练结合的方式,使学生在在学习理论知识的同时掌握相关制作技巧,从而逐步地由感性认识升华到理性认识,在掌握包装设计知识的同时能够得心应手地应用到实践当中。

本教材适用于本科院校及大专院校的视觉传达艺术专业包装设计课程的教学,同时可以作为艺术欣赏的相关教材使用。

图书在版编目(CIP)数据

包装教学与设计 / 卜一平主编. — 北京: 中国水利水电出版社, 2011. 1
现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材
ISBN 978-7-5084-8157-9

I. ①包… II. ①卜… III. ①包装—设计—高等学校: 技术学校—教材 IV. ①J524.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第240361号

策划编辑: 石永锋 陈 洁 责任编辑: 李 炎 封面设计: 李 佳

书 名	现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材 包装教学与设计
作 者	主 编 卜一平 副主编 蔡世新 魏琼靓 刘浩然 刘丽琼
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座 100038) 网 址: www.waterpub.com.cn E-mail: mchannel@263.net (万水) sales@waterpub.com.cn 电 话: (010) 68367658 (营销中心)、82562819 (万水)
经 售	全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京万水电子信息有限公司
印 刷	北京市天竺颖华印刷厂
规 格	210mm×285mm 16开本 10.75印张 306千字
版 次	2011年1月第1版 2011年1月第1次印刷
印 数	0001—3000册
定 价	38.00元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换
版权所有·侵权必究

现代服务业技能人才培养培训模式研究与实践

课题组名单

顾问：王文瑾 李燕泥 王成荣

汤鑫华 周金辉 许 远

组长：李维利 邓恩远

副组长：郑锐洪 闫 彦 邓 凯 李作聚

王文学 王淑文 杜文洁 陈彦许

秘书长：杨庆川

秘书：杨 谷 周益丹 胡海家

陈 洁 张志年

课题参与院校

北京财贸职业学院
北京城市学院
国家林业局管理干部学院
北京农业职业学院
北京青年政治学院
北京思德职业技能培训学校
北京现代职业技术学院
北京信息职业技术学院
福建对外经济贸易职业技术学院
泉州华光摄影艺术职业学院
广东纺织职业技术学院
广东工贸职业技术学院
广州铁路职业技术学院
桂林航天工业高等专科学校
柳州铁道职业技术学院
贵州轻工职业技术学院
贵州商业高等专科学校
河北公安警察职业学院
河北金融学院
河北软件职业技术学院
河北政法职业学院
中国地质大学长城学院
河南机电高等专科学校
开封大学
大庆职业学院
黑龙江信息技术职业学院
伊春职业学院
湖北城市建设职业技术学院
武汉电力职业技术学院
武汉软件工程职业学院
武汉商贸职业学院
武汉商业服务学院
武汉铁路职业技术学院
武汉职业技术学院
湖北职业技术学院

荆州职业技术学院
上海建桥学院
常州纺织服装职业技术学院
常州广播电视大学
常州机电职业技术学院
常州建东职业技术学院
常州轻工职业技术学院
常州信息职业技术学院
江海职业技术学院
金坛广播电视大学
南京化工职业技术学院
苏州工业园区职业技术学院
武进广播电视大学
辽宁城市建设职业技术学院
大连职业技术学院
大连工业大学职业技术学院
辽宁农业职业技术学院
沈阳师范大学工程技术学院
沈阳师范大学职业技术学院
沈阳航空航天大学
营口职业技术学院
青岛恒星职业技术学院
青岛职业技术学院
潍坊工商职业学院
山西省财政税务专科学校
陕西财经职业技术学院
陕西工业职业技术学院
天津滨海职业学院
天津城市职业学院
天津天狮学院
天津职业大学
浙江机电职业技术学院
鲁迅美术学院
宁波职业技术学院
浙江水利水电专科学校

实践先进课程理念 构建全新教材体系

——《现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材》

出版说明

“现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材”丛书是由中国高等职业技术教育研究会立项的《现代服务业技能型人才培养培训模式研究与实践》课题^①的研究成果。

进入新世纪以来,我国的职业教育、职业培训与社会经济的发展联系越来越紧密,职业教育与培训的课程的改革越来越为广大师生所关注。职业教育与职业培训的课程具有定向性、应用性、实践性、整体性、灵活性的突出特点。任何的职业教育培训课程开发实践都不外乎注重调动学生的学习动机,以职业活动为导向、以职业能力为本位。目前,职业教育领域的课程改革领域,呈现出指导思想多元化、课程结构模块化、职业技术前瞻化、国家干预加强化的特点。

现代服务类专业在高等职业院校普遍开设,招生数量和在校生人数占到高职学生总数的40%左右,以现代服务业的技能型人才培养培训模式为题进行研究,对于探索打破学科系统化课程,参照国家职业技能标准的要求,建立职业能力系统化专业课程体系,推进高职院校课程改革、推进双证书制度建设有特殊的现实意义。因此,《现代服务业技能型人才培养培训模式研究与实践》课题是一个具有宏观意义、沟通微观课程的中观研究,具有特殊的桥梁作用。该课题与人力资源和社会保障部的《技能人才职业导向式培训模式标准研究》课题^②的《现代服务业技能型人才培养培训模式研究》子课题并题研究。经过酝酿,于2008年底进行了课题研究队伍和开题准备,2009年正式开题,研究历时16个月,于2010年12月形成了部分成果,具备结题条件。课题组通过高等职业技术教育研究会组织并依托60余所高等职业院校,按照现代服务业类型分组,选取市场营销、工商企业管理、电子商务、物流管理、文秘、艺术设计专业作为案例,进行技能型人才培养培训模式研究,开展教学资源开发建设的试点工作。

《现代服务业技能型人才培养培训方案及研究论文汇编》(以下简称《方案汇编》)、《现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材》(以下简称《规划教材》)既作为《现代服务业技能型人才培养培训模式研究与实践》课题的研究成果和附件,也是人力资源和社会保障部部级课题《技能人才职业导向式培训模式标准研究》的研究成果和附件。

《方案汇编》收录了包括市场营销、工商企业管理、电子商务、物流管理、文秘(商务秘书方向、涉外秘书方向)、艺术设计(平面设计方向、三维动画方向)共6个专业8个方向的人才培养方案。

《规划教材》是依据《方案汇编》中的人才培养方案,紧密结合高等职业教育领域中现代服务业技能人才的现状和课程设置进行编写的,教材突出体现了“就业导向、校企合作、双证衔接、项目驱动”的特点,重视学生核心职业技能的培养,已经经过中国高等职业技术教育研究会有关专家审定,列入人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心的《全国职业培训与技能鉴定用书目录》。

本课题在研究过程中得到了中国水利水电出版社的大力支持。本丛书的编审委员会由从事职业教育教学研究、职业培训研究、职业资格研究、职业教育教材出版等各方面专家和一线教师组成。上述领域的专家、学者均具有较强的理论造诣和实践经验,我们希望通过大家共同的努力来实践先进职教课程理念,构建全新职业教育教材体系,为我国的高等职业教育事业以及高技能人才培养工作尽自己一份力量。

丛书编审委员会

① 课题来源:中国高等职业技术教育研究会,编号:GZYLX2009-201021

② 课题来源:人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心,编号:LA2009-10

现代服务领域技能型人才培养模式创新规划教材

平面设计专业编委会

主 任：杜文洁

副主任：（排名不分先后）

卜一平 秦 俊 刘明国 周建辉 韦 云 穆肇南

委 员：（排名不分先后）

李岱松	马晟姚	李 凯	白 萍	王晓红	于振丹
徐 航	夏勋南	陈 勤	刘艳芳	王志阳	李 彬
丛国凤	林 琳	李中扬	仇宏州	赵 斌	金 兵
梁 露	胡芬玲	马 骏	刘 涛	刘 洋	唐少维
石明祥	杨云勇	张思思	仝妍妍	周 蓓	郑 宏
曹 丽	耿晓蕾	侯治伟	蔡世新	刘浩然	刘丽琼
崔 贺	王 静	姜 杰	王树彬	王晓荧	赵新英
刘 佳	邱 爽	脱 雷	赵宇赤	唐保平	



前言

QIANYAN

20世纪的包装设计艺术为变革人类文明作出了不可替代的贡献，各式包装新颖的产品进入千家万户，满足和提高了人们物质和精神的要求。这几年随着改革开放不断深入，产品包装越来越受到生产厂家的重视和消费者的青睐，“佛要金装，人要衣装”已成了厂家占领市场竞争取胜的主要手段。在现代生活中，包装设计已经与人们的日常生活紧密联系在一起。包装是经济发展不可缺少的一部分，如果没有包装，生产效益将不能提高，商品的运输也会受到很大的限制。包装对于国计民生是十分重要的。法国包装设计家杰克·尤杰氏认为：“包装设计是直接影响销售是否成功的主要因素之一。”21世纪充满了挑战和机遇，能否随着各种挑战做出恰当的回应，将是企业成败的关键。现代科学技术的突飞猛进和社会需求的多样化，使得中国的艺术设计教育直接面临着参与国际竞争并走向国际化、专业化的道路，这将对艺术设计教育的人才培养提出更高的要求。面对以往的教学方法我们必须去思考、调整我们的教学结构，完善具体的课程体系，努力实现理论与实践相结合，不断地探索和发现问题并加以思考和总结，再把这些知识通过科学的方法教授给学生，并注重艺术、技术与人文的交融，努力培养社会需要的高素质专业设计应用型人才。优化学生的知识结构，提高学生的专业素养，是我们责无旁贷的使命和始终值得关注的问题。现代包装设计是一项系统工程，是艺术与科学技术的有机结合。因此，包装设计教学要注重新思维与新方法，既要让学生掌握设计技巧，更要在开发和培养学生思维上下功夫，使学生把学到的知识能真正用到实践中去。本教材的内容希望能够起到抛砖引玉的作用，更多的知识只能让读者在具体的实践中加以体会和认知。

本教材内容涵盖了包装设计课程的基本知识点和技能点，在理论知识与设计实践方面进行了较好的结合。以现代包装设计的视点，结合国际包装设计发展的新趋势，对原有的专业知识结构进行了适当的充实和更新。同时收录的国内外各种类型的包装设计图片是艺术性和商业性完美结合的优秀作品，为各门类的包装设计提供了丰富的范例。相信对大专院校的学生和专业设计人员会有一定的帮助，使他们能够更好地掌握包装设计的基本原理，对于提高设计素养会有一定的指导意义。

本教材最重要的特点是：“用案例带动教学”，旨在突出高职教育所倡导的“工学结合”的教学理念。工学结合是造就高素质技能人才队伍基本培养模式。校企合作是实现工学结合模式的前提条件。打造高素质的技能型人才队伍，离不开职业教育，离不开职业院校，离不开校企合作。只有输出端的职业院校与输入端的企业紧密衔接，职业院校培养出来的劳动者，才能适应企业的岗位

需求,受到企业欢迎;只有企业的积极参与,才能让职业院校了解企业的岗位需求和岗位职务能力需求,使职业院校根据企业提出的岗位培养目标设置专业,搞好课程开发,按照企业的要求组织教学活动,为企业培养出高素质的技能型人才。工学结合作为把学习与工作结合在一起的教育模式,决定了学生在教育过程中的主体地位,决定了在教育教学活动中,必须以学生职业技能的掌握为基础。在职业教育人才培养过程中,必须充分利用学校内外两种不同的教育环境与资源,把以课堂为主的学校教育 with 直接获取实际经验的校外社会实践有机结合起来,贯穿于人才培养的各个环节中,目的是提高学生的综合素质和就业竞争实力。本书以服务社会为宗旨,以社会和企业的需求为出发点,注重将学生的设计思维训练和实践能力训练紧密结合,将真实的设计任务作为商业包装设计专业知识和职业技能的载体,让学生在完成设计任务的过程中学到专业知识、提高职业素质、培养设计能力。本书的教学内容具有弹性空间,教师可根据企业的需要或自身的特长、教学经验,以及学生的爱好、能力等,将教学单元与内容进行适度的增减与调整,使之更符合实际应用的需要,以达到最佳的教学效果。本书可供高等院校,特别是高等职业技术学院艺术设计类专业、美术类专业作为教材或教学参考书,也适合作为广包装设计与管理人员的培训教材,对自学者亦有重要的参考价值。

本教材由卜一平担任主编,蔡世新、魏琼靓、刘浩然、刘丽琼担任副主编。具体分工如下:卜一平编写了第一章和第六章;蔡世新编写了第二章;刘浩然编写了第三章;刘丽琼编写了第四章;魏琼靓编写了第五章,另外,何佳怡、孙长军、李晓娇、邓芳、王洋、聂婷也参加了部分章节的编写。全书由卜一平统稿,杜文洁审阅全书。由于作者水平有限,书中内容难免有疏漏之处,恳请各相关院校和读者在使用本教材的过程中予以关注,并及时将好的建议和思路反馈给我们,我们将不胜感激。

编者

2010年10月

目录

MULU

前言

第一章 包装设计概述 1

1.1 包装的发展历史	2
1.1.1 中西方包装的起源	4
1.1.2 中西方包装的发展	4
1.2 包装的定义和功能	5
1.2.1 包装的定义	6
1.2.2 包装的功能	6
1.3 包装的分类和民族特点	10
1.3.1 包装的多种分类方法	10
1.3.2 包装的风格流派	12
1.4 包装的发展趋势	19
1.4.1 绿色环保包装	20
1.4.2 概念包装设计	23
课后练习	24

第二章 包装设计流程 27

2.1 市场调研	28
2.1.1 市场调研的意义与目的	28
2.1.2 市场调研设计	29
2.1.3 市场调研的具体内容	29
2.1.4 实施市场调研	29
2.1.5 调查分析、量化、预测	29
2.2 市场定位	30
2.2.1 产品定位	30

2.2.2 品牌定位	32
2.2.3 文案定位	34
2.2.4 产品有联系的形象定位	35
2.2.5 象征性定位	35
2.2.6 礼品性定位	36
2.2.7 纪念性定位	36
2.2.8 造型定位	36
2.2.9 以消费对象定位	38
2.2.10 故事情节定位	40
案例分析	40
课后练习	42

第三章 包装设计材料 43

3.1 纸包装	44
3.1.1 纸张特性及历史	44
3.1.2 纸包装分类及典型应用	45
3.1.3 纸制品包装印刷工艺	48
3.1.4 纸张规格	49
3.2 金属材料包装	50
3.2.1 金属特性	51
3.2.2 金属材料分类	51
3.2.3 金属加工工艺及特点	56
3.3 塑料材料包装	57
3.3.1 塑料特性	57
3.3.2 塑料分类	59
3.3.3 塑料成型工艺	60

3.4 玻璃材料包装	61
3.4.1 玻璃特性及历史	61
3.4.2 玻璃包装容器分类	62
3.4.3 玻璃加工工艺及特点	63
3.5 其他材料包装	63
案例分析	66
作品点评	67
课后练习	69

第四章 包装设计造型结构 71

4.1 包装造型设计	72
4.1.1 包装造型的功能性要素	72
4.1.2 包装结构的类型	73
4.1.3 容器造型设计原则及情感特性	81
4.1.4 设计的步骤	84
4.2 包装造型设计的艺术规律	87
4.2.1 对比与调和	87
4.2.2 变化与统一	88
4.2.3 重复与呼应	88
4.2.4 节奏与韵律	88
4.2.5 比拟与尺度	88
4.3 常见纸包装的结构设计	91
4.3.1 纸包装的分类	91
4.3.2 纸包装结构设计	91
案例分析	102
作品点评	104
课后练习	106

第五章 包装设计视觉元素 107

5.1 包装文字设计	108
------------	-----

5.1.1 文字艺术特点	108
5.1.2 包装文字内容	111
5.1.3 包装文字编排	113
5.2 包装图形设计	113
5.2.1 包装图形内容	114
5.2.2 包装图形的表现	117
5.2.3 包装图形设计的原则	125
5.3 包装色彩设计	125
5.3.1 包装色彩的心理感觉应用	125
5.3.2 包装色彩的功能	128
5.3.3 包装色彩的特性	128
5.3.4 包装色彩应用的规律	130
案例分析	130
作品点评	131
课后练习	135

第六章 包装设计印刷工艺 139

6.1 印前处理	140
6.1.1 印刷基本流程	140
6.1.2 制版制作基本设置	141
6.2 印刷相关知识	143
6.2.1 印刷工艺	143
6.2.2 印刷种类	146
案例分析	149
作品点评	155
课后练习	157

参考文献 161

1

包装设计概述

课程概述——本章主要介绍了包装设计的发展历史，通过对包装设计发展历史的了解逐步引入了包装的定义、功能和分类等相关知识，使学生由浅入深地对包装设计有总体的了解。

包装的出现，是人类社会发展的必然产物。在漫长的历史岁月里，包装是随着人类文明前进的步伐发展起来的。纵观世界包装的演变，渗透出不同地区、不同民族、不同时期人们的生活情感。

1.1 包装的发展历史

包装的历史与人类的历史同样悠久。历史发展表明，需要产生了包装。在原始社会，人类就懂得用树叶树皮遮盖蔽体，这就是人类最初的“衣装”，也可以说那时的人类就有了包装意识。在原始社会初期，由于人类生存能力相当有限，基本上过着饥饿的生活，几乎没有多余的粮食等物品，因

此也无包装的需要。后来到了石器时代，由于生产工具的进步，生产力水平得到发展，人类开始了原始的刀耕火种，生产的粮食才逐渐多了起来。由于余粮需要贮存，于是就产生了容器包装，这并不是真正意义上的包装，但它具备了包装的一些基本功能。比如：保存被保存物，方便使用和携带等。容器包装是包装的最原始形态，它在我国有着相当长的历史发展，并对包装的产生起到促进作用。现在我们在博物馆中看到的彩陶、青铜器、漆器、瓷器，其中许多器皿都是盛容器，它们具备包装的最基本的功能即保护性，可以说这是最早的包装雏形，如图1-1、图1-2、图1-3、图1-4、图1-5所示。



图1-1 鼎

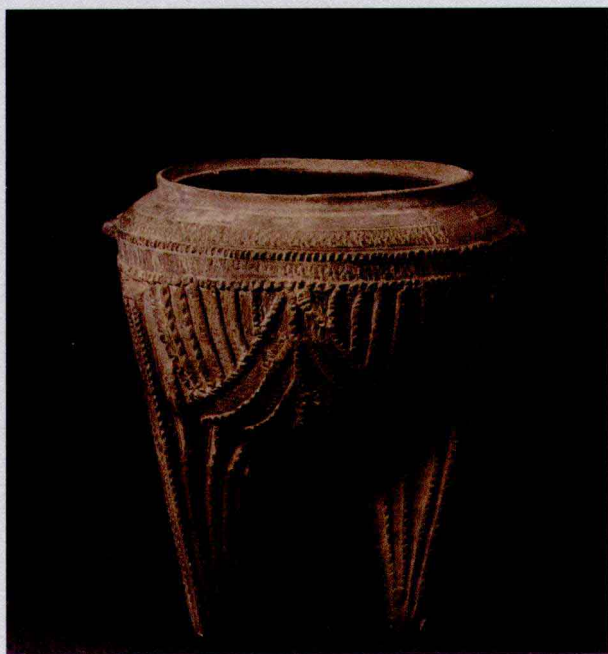


图1-2 新时期时代容器

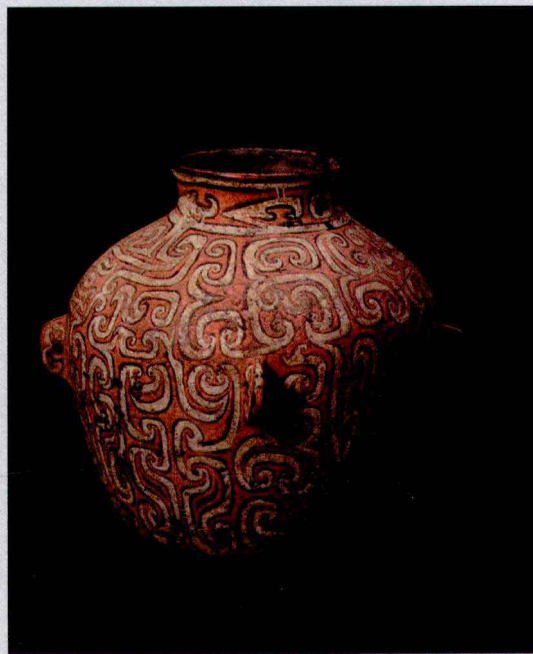


图1-3 彩陶

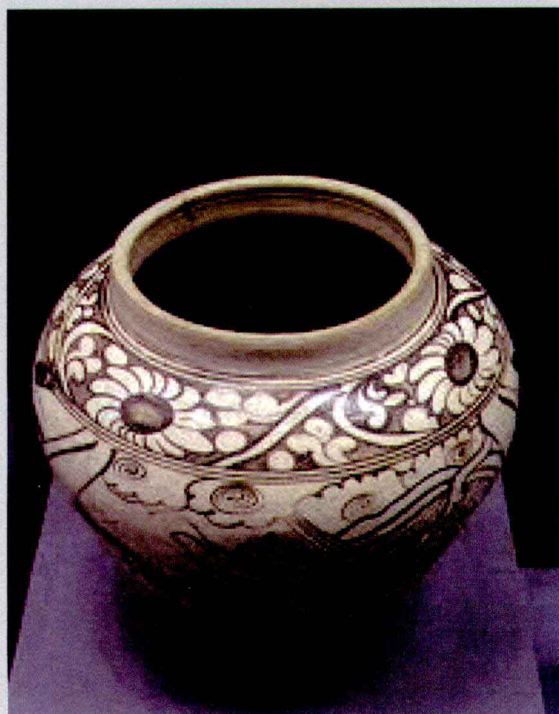


图1-4 彩陶

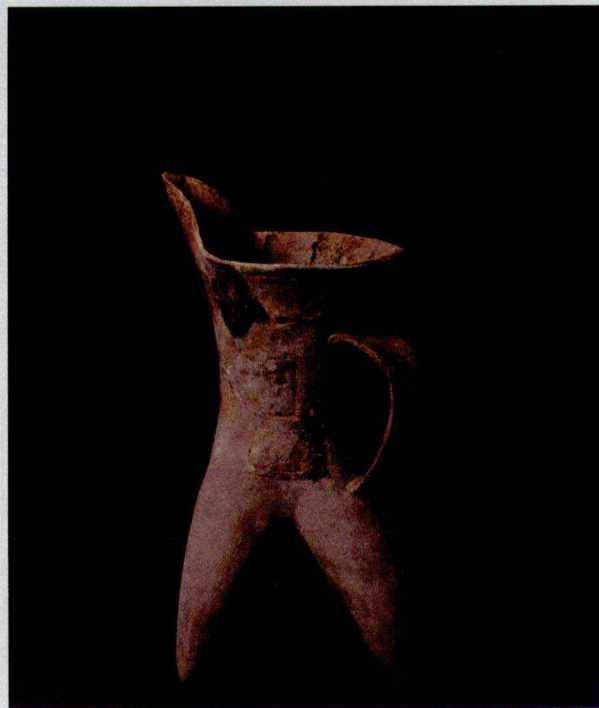


图1-5 新时期时代容器

1.1.1 中西方包装的起源

古代的包装大多取材于自然材料。古代劳动人民在社会生活实践中,经过长年累月积累,对大自然赋予的竹、木等植物的茎叶,动物的皮毛及泥土等这方面的材料形成一定的认识,并学会如何施以其形,赋予其用,做成贮藏的器皿。这些天然包装材料的运用,使包装的形式与功能得到更完美的结合,促进了包装的发展。对今天的包装设计仍具有很大启发性、促进性和借鉴性。

源于两千年前的粽子,相传是为了纪念战国时期伟大的爱国诗人屈原,其包装方法时至今日仍然沿用箬叶包裹糯米,形状为三角形,外再用棕线进行捆扎,这种食品至今还深受男女老少的喜爱,如图1-6所示。由此可见采取天然材料的包装形式的生命力。我国产品包装有历史记载的最早年代是战国时期,在《韩非子·外储》篇上有“买椟还珠”的故事,说的是一个楚国人到郑国去卖珍珠,因为包装珍珠的盒子十分讲究和华丽,以致郑人买下了它的包装,把珍珠退还了楚国人。这表明了古代劳动人民对包装的认识和理解,也反映当时包装制作已达到一定的水平。古代盛酒的器皿一般为陶器、木器和天然材料(如葫芦),除了以上这些,麻、丝绸、皮革也常被用做包装材料。我国陶器、丝绸在世界上享有很高的声誉,在包装上也得到了大量的应用。

包装与商品流通有不可分割的渊源关系。公元前3000年,埃及人开始用手工方法铸吹制作盛物用的玻璃瓶,并用一种叫做纸莎草的材料制成一种原始的纸张用于包装物品。公元前100年,古埃及人开始用带盖的木桶作包装并使用标签标明其装盛的物品。这些纸装和标签的目的就是便于商品流通。



图1-6 粽子

造纸,印刷技术的发明,使包装技术与材料得到质的飞跃。自公元前105年,蔡伦发明了用低廉成本的原材料如破布、旧渔网造纸,在中国就出现了用纸包裹物品及用手工做成的标签,以便于识别。纸的运用逐渐普及开来,并取代了以往成本昂贵的绢、锦等包装材料。纸的生产促进了印刷术的诞生。早在东汉时期就出现了拓印,于是生产了石刻拓印的印刷品,后来雕版印刷的发明使印刷术得到发展,再后来就发展到活字印刷术,使印刷术逐步进入了全盛的发展时期,进而包装的多样化更丰富地呈现在人们的面前。

尽管我们能从古代文明历史中找到包装起源的痕迹,但真正意义上的包装,还是处在包装发展的初期——工业革命之后,商品包装同其产品一道,从手工作坊走向大机器生产,并很快形成一定的商业规模,真正意义上的包装就从此诞生。

1.1.2 中西方包装的发展

工业革命以后,机器化的大生产逐步取代了传统的手工作坊式生产,如图1-7所示,包装机械的应用使包装更加标准化、规范化,各国还相继制定了

包装工业权能,以便于包装在生产、流通各环节的操作,于是包装行业发展产业化,即形成集包装材料、包装机械、包装生产和包装设计于一体的现代包装产业。单就包装材料而言,出现了以金属、纸板、玻璃、塑料等包装材料为主流的发展。就包装设计而言,出现了铝制易拉罐、喷雾压力罐,挤压式包装等为人们熟知的设计经典。

现代包装发展与完善的转折点、新起点是在二战结束后的20世纪50年代。整个50年代,影响包装发展的主要因素有两个:一是都市的兴起,二是电

视的普及。超市的迅速发展,使人们无须通过推销员间接获得产品的各种性能信息,而可以直接进入超市挑选商品。这使得竞争落在了包装的身上。电视的普及就意味着人们在休闲时只要打开电视机就能接受五花八门的电视食品广告信息,商品包装所传递的各种信息影响着人们的消费。同时,电视的兴起,使得迷恋电视的人们不愿浪费大量的时间做饭,因而才使普通食品转向快餐食品,速冻食品、便捷食品也大量上市,这些都促进包装设计的完善,如图1-8所示。



图1-7 手工作坊



图1-8
1956年美国制造

1.2 包装的定义和功能

包装对于每个购买过商品的消费者来说,都不会陌生。较之任何的艺术样式,包装有更广泛的影响力,它随处可见,并与我们的生活息息相关。如果拿企业比喻人,产品是人的素质,那么包装就是

人的外衣。可见包装对于产品、企业、社会经济发展的不可忽视性。

什么是包装?包装设计的内涵是什么?这得从产品与商品的关系说起。早在原始社会,因为没有商品交换,只有物物交换,那时的商品与产品没有什么区别。在我国产品短缺的计划经济时期,由于物

资匮乏，商品经济不发达，人们习惯于将产品与商品画上等号。其实产品与商品是有所区别的。在商品社会，产品对于消费者，往往只有存在价值，而没有商品价值。在设计师眼中，从产品到商品，必须有一个包括文化、精神在内的人性化的综合价值的升华。所谓“佛要金装、人要衣装”，同样的，商品需要包装。正是包装，在流通过程中把产品变成了商品，给商品注入了生命，铸就了个性。

1.2.1 包装的定义

包装设计是一个不断发展、完善的过程。传统的包装设计主要包含着保护、整合、运输、美化等意义。保护即能够良好地保护内容物品；整合即能够将一些无序的物品按空间或数量标准组合在一起；运输就是通过包装便于商品运输；美化就是通过包装来美化商品外在形象。和对其他客观事物认识一样，人们对包装的认识，也随着人们的社会生产实践的不断加深而不断更新，因而包装设计的内涵与外延也在不断地拓展。与传统的包装概念相比，今天所谓包装的概念及其内涵较过去有了极大的变化。

关于包装的定义，在不同时期、不同国家有着不同的定位。随着市场经济的发展和世界经济的日益融洽，世界各国对“包装”的解释虽有些差异，但大体上趋向一致。

(1) 美国对包装的定义是：包装是使用适当的材料、容器，配合适当的技术，使其能让产品安全地到达目的地，并以最低的成本，为商品的运输、配销、储存和销售而实施的准备工作。

(2) 英国对包装的定义是：包装是为货物的运输和销售所做的艺术、科学和技术上的准备工作。

(3) 加拿大对包装的定义是：将产品由供应者

送到顾客或消费者手中，而能保持产品于完好状态的工具。

(4) 日本对包装的定义是：包装是使用适当的材料、容器而施以技术，使产品安全到达目的地，即产品在运输和保管中能保护其内容物及维护产品的价值。

(5) 中国对包装的定义是：为流通过程中保护产品，方便储运，促进销售，按一定技术方法采用容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术等操作活动。

包装具有很强的综合性。包装设计不是纯艺术的东西，它首先从属于产品生产、流通、销售，尤其是销售。因此，设计师应具备市场学、销售学、经济学、消费心理学，结构材料学、人机工程学、印后工艺等方面的综合知识，才能使包装设计更科学、更全面，从而得到更普遍的推广和运用。作为一个设计工作者，包装设计不仅要作艺术上的准备工作，更多地要进行科学上、技术上的准备。

1.2.2 包装的功能

众所周知，包装是商品的嫁衣，商品又是以满足消费者需求来体现其价值的。那么包装的存在价值是什么呢？应该体现在包装的功能方面。为包装而包装的设计，会失去包装设计的真正意义。

按物与人两个要素来衡量现代包装设计的功能，主要包括物理功能、生理功能、心理功能三个方面。物理功能主要是指作用于物而不是作用于人，生理功能、心理功能主要是指物对人产生什么样的影响，其着眼点是考虑人的生理和心理需求。所以，包装设计的一切功能都不外乎集中体现为这三大功能。只是不同的产品，在不同的时间和地点会侧重不同的功能要素。